

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka digunakan sebagai bahan pertimbangan peneliti yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Terdapat 5 tinjauan pustaka yang nantinya dapat mendukung penelitian. Tinjauan pustaka dapat dilihat pada tabel 2.1 :

Tabel 2. 1 Tinjauan pustaka

No	Penulis	Tahun	Judul
01	Alvina Puji Astuti, dan Puspita Kencana Sari	2016	Analisis Kualitas Website Lazada Indonesia Berdasarkan Metode Webqual 4.0 dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan
02	Nugroho, dan Puspita Kencana Sari	2016	Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0
03	Himawat Aryadita, Dyah Ayu Widyastuti dan,	2017	Analisis Kualitas Layanan Website E-commerce Terhadap Kepuasan Pengguna menggunakan Metode Webqual 4.0

	Niken Hendrakusuma		
04	Winda Siti Fatmala, Suprpto, Aditya Rachmadi	2018	Analisis Kualitas Layanan Website E-commerce Berrybenka Terhadap Kepuasan Pengunjung Menggunakan Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis
05	Yuannisa Aulia, dan Tri Indra Wijaksana	2018	Analisis Perbandingan Kualitas Website Blibli.com dan Website Blanja.com Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Perfomance Analysis (IPA)

1. Oleh (Astuti dan Sari, 2016) mengangkat masalah pengaruh kualitas *website* situs Lazada Indonesia berdasarkan metode WebQual 4.0 yang terdiri dari 3 variabel yaitu kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas layanan interaksi terhadap kepuasan pengguna. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner yang berisi 22 butir pernyataan kepada 270 responden yang merupakan pengguna website Lazada Indonesia di kota Bandung . Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa ketiga variabel WebQual 4.0 tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap

kepuasan pengguna website Lazada Indonesia. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah variabel kualitas layanan interaksi dengan pengaruh sebesar 44% dan variabel yang memiliki pengaruh paling kecil adalah variabel kualitas kegunaan dengan pengaruh sebesar 19,6%.

2. Oleh (Nugroho dan Sari, 2016) melakukan penelitian untuk mengukur kualitas *website* Tokopedia melalui dimensi Webqual 4.0 (usability, information quality, service interaction) dan variabel kepuasan pengguna. Metode pengumpulan data menggunakan data primer berupa kuisioner yang dibagikan kepada responden berjumlah 138 dan orang secara online melalui media sosial dan data sekunder yang diambil dari buku-buku dan jurnal referensi terkait masalah penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan perhitungan statistic. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 23. Berdasarkan pengolahan data dapat diketahui bahwa persepsi pengguna terhadap usability, information quality, service interaction termasuk dalam kategori baik. Sedangkan berdasarkan pengaruh ketiga variabel tersebut terdapat dua variabel yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna yaitu usability dan service interaction. Sedangkan variabel information quality tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil penelitian maka yang harus difokuskan untuk peningkatan adalah service interaction karena memiliki presentase pengaruh yang tinggi terhadap kepuasan pengguna yaitu sebesar 62,7%.
3. Oleh (Safira, Kusyanti dan Aryadita, 2017) melakukan penelitian tentang sejauh mana kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan *website*

ecommerce. *Website* yang diteliti dalam penelitian ini adalah Bukalapa, Tokopedia dan Lazada. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan metode WebQual 4.0, dengan 347 responden. Hasil analisis keseluruhan menunjukkan *website* Bukalapak.com dianggap sebagai *website* yang paling baik di semua kategori . Berdasarkan penilaian responden, nilai WQI *website* bukalapak pada kategori Usability (0.70), Information Quality (0.70) dan Service Interaction Quality (0.65). Faktor yang paling penting terhadap kepuasan pelanggan adalah *usability* terhadap kepuasan pengguna.

4. Oleh (Fatmala, Suprpto dan Rachmadi, 2018) melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan *website* berdasarkan 3 variabel *webqual* 4.0, yaitu: *usability*, *information quality*, dan *service interaction*. Data didapatkan dari penyebaran kuesioner, kemudian diolah menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengetahui nilai dari persepsi dan keinginan pengguna terhadap *website* Berrybenka. Efektifitas perbaikannya dilakukan rekomendasi prioritas perbaikan dari hasil analisis kuadran IPA. Didapatkan hasil analisis bahwa *website* Berrybenka masih kurang sesuai harapannya oleh pengguna, ditunjukkan dengan nilai kesesuaian sebesar 94,91% dan rata-rata hasil analisis kesenjangan (GAP) -0,0901. Prioritas perbaikan pada *website* Berrybenka terdapat pada indikator 11 yang merupakan indikator pada kuadran A.
5. Oleh (Aulia dan Wijaksana, 2018) melakukan penelitian mengetahui kualitas *website* Blibli.com dan Blanja.com menggunakan *webqual* 4.0 dan *Importance Perfomance Analysis*, serta untuk mengetahui apakah terdapat

perbedaan kualitas pada website Blibli.com dan Blanja.com. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif untuk membandingkan kualitas website dari kedua perusahaan yaitu Blibli.com dan Blanja.com. Sumber data diperoleh dengan menyebar kuesioner ke 200 responden dengan populasi pengguna website Blibli.com dan Blanja.com di Kota Jakarta. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah Uji Mann-Whitney. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website Blibli.com dengan skor rata-rata 73,6% dan Blanja.com dengan skor rata-rata 71,1% dapat dikatakan *website* termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan analisis WebQual dan IPA pada website Blibli.com terdapat gap sebesar 3,6% sedangkan Blanja.com sebesar 5,8% terhadap kinerja *website* dengan harapan ideal pengguna. Dari penelitian ini terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas website Blibli.com dan Blanja.com pada dimensi usability dan information quality dimana website Blibli.com lebih unggul dari ketiga dimensinya yaitu *Usability, Information Quality* dan *Service Interaction*.

2.2 Definisi Kualitas

Menurut Kotler dan Keller dalam (Suryati, 2014) kualitas adalah keseluruhan corak dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan pelanggan baik secara langsung ataupun tidak langsung.

2.3 Definisi Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis

yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terikat, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (Hidayat, 2010).

2.4 Tinjauan Umum *E-Commerce*

2.4.1 Pengertian *E-Commerce*

E-commerce dapat didefinisikan sebagai rangkaian kegiatan usaha perdagangan yang sebagian atau seluruhnya menggunakan media internet sebagai media komunikasinya (Nurfansa Wira Sakti, 2014).

2.4.2 Konsep Dasar *E-Commerce*

Terdapat lima konsep dasar yang dimiliki *e-commerce* (Rerung, 2018) yaitu:

1. *Automation*, Otomasi bisnis proses sebagai pengganti proses manusia (konsep “*enterprise resource planning*”).
2. *Streaming/Integration*, Proses yang terintegrasi untuk mencapai hasil yang efisien dan efektif (konsep “*just in time*”).
3. *Publishing*, Kemudahan berkomunikasi dan berpromosi untuk produk dan jasa yang diperdagangkan (Konsep “*electronic cataloging*”).
4. *Intreaction*, Pertukaran informasi/data anatar pelaku bisnis dengan meminimalisasikan human error (konsep “*electronic data interchange*”).
5. *Transaction*, Kesepakatan dua pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan melibatkan institusi lain sebagai fungsi pembayar (konsep “*electronic payment*”).

2.4.3 Jenis-jenis *E-Commerce*

Didalam teori *e-commerce*, setidaknya dikenal ada tujuh jenis *e-commerce* (Rerung, 2018), yakni :

1. *Business-to-Business* (B2B)

B2B adalah jenis perdagangan yang meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan. Biasanya yang menggunakan jenis ini adalah produsen dan pedagang tradisional

2. *Business-to-Consumer* (B2C)

B2C adalah jenis bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dengan konsumen seperti halnya antara perusahaan yang menjual dan menawarkan produknya ke konsumen secara tradisional. Pihak produsen melakukan bisnis dengan menjual dan memasarkan produknya ke konsumen tanpa adanya *feedback* dari konsumen untuk melakukan bisnis kembali kepada pihak produsen (tidak berlangganan).

3. *Customer-to-Customer* (C2C)

C2C merupakan jenis *e-commerce* yang meliputi semua transaksi elektronik barang dan jasa antar konsumen. Umumnya transaksi ini dilakukan melalui pihak ketiga yang menyediakan platform online atau sering juga dikenal dengan nama *marketplace* untuk melakukan transaksi tersebut.

4. *Consumer-to-Business* (C2B)

C2B merupakan suatu model bisnis dimana perorangan dapat menawarkan produk/jasa kepada perusahaan tertentu dimana nantinya perusahaan membeli/membayar barang atau jasa tersebut.

5. *Business-to-Administration* (B2A)

B2A adalah jenis *e-commerce* yang mencakup semua transaksi yang dilakukan secara daring antara perusahaan dan administrasi publik. Jenis *e-*

commerce ini telah telah meningkat dalam beberpa tahun terakhir dengan investasi yang dibuat melalui *e-government* atau pihak pemerintah.

6. *Consumer-to-Aministration* (C2A)

Jenis C2A meliputi semua transaksi elektronik yang dilakukan antara individu dan administrasi publik.

7. *Online-to-Offline* (O2O)

O2O adalah jenis E-commerce yang menarik pelanggan dari saluran online untuk toko fisik. Walaupun sudah banyak kegiatan ritel tradisional dapat digantikan oelh E-commerce, namun ada unsur-unsur dalam pembelanjaan fisik yang tidak dapat dilakukan secara digital.

2.5 Shopee

Diluncurkan sejak tahun 2015, *platform* Shopee dirancang khusus untuk memeberikan pengalaman belanja online yang mudah, aman dan cepet kepada pelanggan. Shopee memiliki tujuan untuk mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan platform untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas (Shopee.co.id, 2019).

2.6 Bukalapak

Dikembangkan sejak tahun 2010 oleh Achmad Zacky, Muhammad Fajrin Rasyid dan Nugroho Herucahyono, Bukalapak menjadi salah satu *online marketplace* terkemuka di Indonesia yang menyediakan sarana jual-beli dari penjual ke konsumen. Semua orang dapat membuka toko *online* di Bukalapak dan melayani pembeli dari seluruh Indonesia untuk transaksi satuan maupun banyak (www.bukalapak.com, 2019).

2.7 Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan teknologi Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2009 dan dikembangkan oleh William Tanuwijaya. Memiliki misi besar untuk mencapai pemerataan ekonomi secara digital, Tokopedia menyediakan teknologi sebagai solusi untuk memberdayakan jutaan penjual dan konsumen agar dapat berpartisipasi membangun masa depan perdagangan (www.tokopedia.com, 2019).

2.8 WebQual 4.0

Webqual merupakan sebuah metode untuk mengukur kualitas sebuah *website* berdasarkan persepsi pengguna akhirnya (Barnes and Vidgen, 2002). Dalam WebQual 4.0 terdapat tiga dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas website, terdiri dari *usability*, *information quality* dan *service interaction quality* yang dikembangkan menjadi 22 butir pertanyaan, sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Dimensi dan Indikator WebQual 4.0 (Barnes and Vidgen, 2002)

<i>Category</i>	<i>WebQual 4.0 Questions</i>
<i>Usability</i>	<i>I find the site easy to learn to operate</i> (Saya menemukan situs ini mudah untuk dioperasikan) .
	<i>My interaction with the site is clear and understandable</i> (Interaksi dengan situs jelas dan dapat dimengerti).
	<i>I find the site easy to navigat</i> (Situs memiliki navigasi yang jelas).
	<i>I find the site easy to use</i> (Situs mudah digunakan).

	<i>The site has an attractive appearance</i> (Situs memiliki tampilan yang menarik).
	<i>The design is appropriate to the type of site</i> (Desain sesuai dengan tipe situs).
	<i>The site conveys a sense of competency</i> (Situs ini meningkatkan kompetisi/persaingan).
	<i>The site creates a positive experience for me</i> (Situs ini memberikan dampak positif untuk saya).
<i>Information Quality</i>	<i>Provides accurate information</i> (Menyediakan informasi yang akurat).
	<i>Provides believable information</i> (Menyediakan informasi yang dapat dipercaya).
	<i>Provides timely information</i> (Menyediakan informasi yang tepat waktu).
	<i>Provides relevant information</i> (Menyediakan informasi yang relevan).
	<i>Provides easy to understand information</i> (Menyediakan informasi yang mudah dimengerti).
	<i>Provides information at the right level of detail</i> (Menyediakan informasi secara detail).
	<i>Presents the information in an appropriate format</i> (Memberikan informasi dalam format yang sesuai).
	<i>Has a good reputation</i> (Memiliki reputasi yang baik).

<i>Service Interaction Quality</i>	<i>It feels safe to complete transactions</i> (Memberikan rasa aman saat melakukan transaksi).
	<i>My personal information feels secure</i> (Informasi pribadi saya tersimpan dengan aman).
	<i>Creates a sense of personalization</i> (Menciptakan kesan personal).
	<i>Conveys a sense of community</i> (memberikan rasa aman saat melakukan transaksi)
	<i>Makes it easy to communicate with the organization</i> (Memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi).
	<i>I feel confident that goods/services will be delivered as promised</i> (saya merasa yakin barang/pelayanan akan dikirim sesuai dengan yang dijanjikan).

2.9 Definisi Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden . Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas (Sugiyono, 2017).

Kuesioner dapat dibedakan menjadi dua jenis (Guritno *dkk.*, 2011), yaitu :

1. Kuesioner Terbuka

Kuesioner terbuka atau kuesioner tidak berstruktur adalah kuesioner yang disajikan dalam bentuk sederhana sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya.

2. Kuesioner Tertutup

Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang disajikan dengan bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta memilih satu jawaban yang sesuai karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda (X) atau tanda *checklist*(✓).

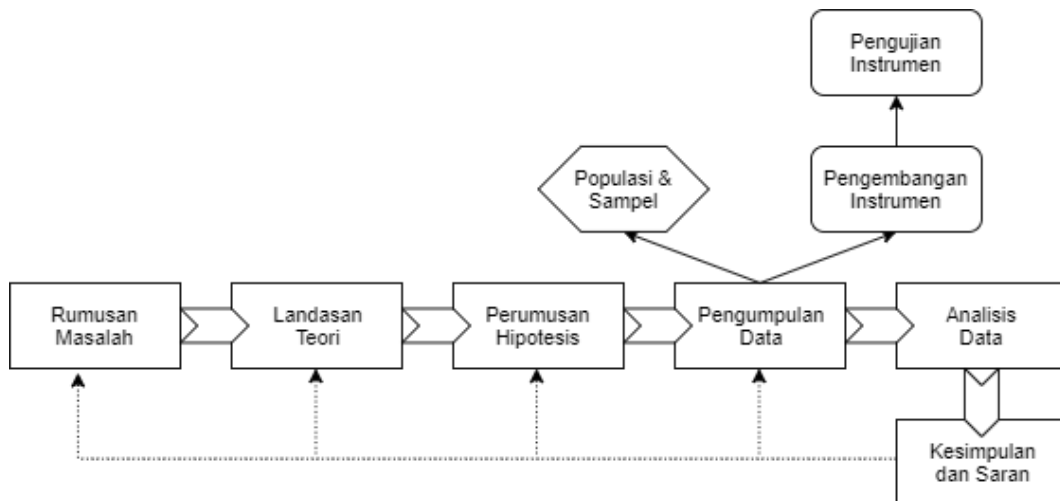
2.10 Tinjauan Umum Penelitian Kuantitatif

2.10.1 Pengertian Penelitian Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivisik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

2.10.2 Proses Penelitian Kuantitatif



Gambar 2. 1 Komponen dan proses penelitian kuantitatif

(Sugiyono, 2017)

Berdasarkan gambar 2.1 diberikan penjelasan sebagai berikut. Setiap penelitian berangkat dari masalah. Namun masalah yang dibawa Peneliti kuantitatif dan kualitatif berbeda. Dalam penelitian kuantitatif masalah yang dibawa oleh peneliti harus sudah jelas, sedangkan dalam masalah penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian memasuki lapangan.

Setelah masalah diidentifikasi dan dibatasi, maka selanjutnya masalah tersebut dirumuskan. Rumusan masalah pada umumnya dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Dengan pertanyaan ini maka akan dapat memandu peneliti untuk kegiatan penelitian selanjutnya. Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka peneliti menggunakan berbagai teori untuk menjawabnya. Jadi teori dalam penelitian kuantitatif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian tersebut. Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru menggunakan teori tersebut dinamakan hipotesis, maka hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan penelitian.

Hipotesis yang masih merupakan jawaban sementara tersebut, selanjutnya akan dibuktikan kebenarannya secara empiris/nyata. Untuk itu peneliti melakukan pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan pada populasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Bila populasi terlalu luas sehingga peneliti memiliki keterbatasan waktu, dana dan tenaga maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Kegiatan selanjutnya adalah mencari data yang teliti/akurat. Untuk itu peneliti perlu menggunakan instrumen penelitian. Dalam ilmu-ilmu alam, teknik dan ilmu-ilmu empirik lainnya. Dalam penelitian sosial, sering instrumen yang akan digunakan untuk meneliti belum ada, sehingga peneliti harus membuat atau membangun sendiri. Agar instrumen dapat dipercaya, maka harus diuji validitas dan reliabilitasnya.

Setelah instrumen teruji validitasnya dan reliabilitasnya, maka dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah ditetapkan untuk diteliti. Instrumen untuk pengumpulan data dapat berbentuk *test* dan *nontest*, dapat digunakan sebagai kuesioner, pedoman observasi dan wawancara.

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis. Analisis diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dua hipotesis yang dianjurkan. Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif.

Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data dapat menggunakan tabel, tabel distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, piechart (diagram lingkaran), dan pictogram.

Setelah hasil penelitian diberikan pembahasan, maka selanjutnya dapat disimpulkan. Kesimpulan berisi jawaban singkat terhadap setiap rumusan masalah berdasarkan data yang telah terkumpul. Apabila hipotesis penelitian yang diajukan tidak terbukti, maka perlu dicek apakah ada yang salah dalam penggunaan teori, instrumen, pengumpulan, analisis data, atau rumusan masalah yang diajukan (Sugiyono, 2017).

2.11 Tinjauan Umum SPSS

2.11.1 Pengertian SPSS

SPSS adalah satu program komputer yang khusus dibuat untuk mengolah data dengan metode statistik tertentu. SPSS sebagai *software* statistik pertama kali dibuat tahun 1968 oleh mahasiswa Stanford University. SPSS pertama kali muncul dengan versi PC dengan nama SPSS/PC+, dan sejalan dengan mulai populernya sistem operasi Windows, pada tahun 1992 juga mengeluarkan versi Windows (Santoso, 2018).

2.11.2 Cara Kerja SPSS

Untuk bisa memahami cara kerja *software* SPSS, berikut kaitan antara cara kerja komputer dengan SPSS dalam mengolah data (Santoso, 2018) :

1. Komputer

Komputer berfungsi mengolah data menjadi informasi yang berarti. Data akan diolah, dimasukkan sebagai input, kemudian dengan proses pengolahan data oleh komputer, dihasilkan *output* yang berupa informasi untuk kegunaan lebih lanjut.

2. Statistik

Statistik berfungsi mengolah data dengan perhitungan statistik tertentu hingga menjadi informasi yang berarti.

3. SPSS, proses statistik dengan SPSS
 - 1) Data yang akan diproses dimasukan lewat menu Data Editor yang otomatis muncul di layar saat SPSS dijalankan.
 - 2) Data yang telah di input kemudian diproses, juga lewat menu Data Editor
 - 3) Hasil pengolahan data muncul di layar (windows) yang lain dari SPSS, yaitu *Viewer*. *Output* SPSS bisa berupa teks/tulisan, tabel atau grafik.

2.12 GTmetrix

GTmetrix adalah *tools* yang dikembangkan oleh Carbon60 sebagai alat bagi pelanggan untuk menguji kinerja halaman *web* dengan mudah (gtmetrix.com, 2022). Pada GTmetrix, hasil pengukuran suatu *website* dituangkan dalam hasil berupa skor, presentase dan juga grade, hal tersebut memudahkan pengguna untuk menganalisis peningkatan atau penurunan performa *website* secara berkala. GTmetrix dapat membantu pengguna untuk melakukan optimasi agar *website* dapat berjalan dengan lebih baik.

2.13 Microsoft Excel

Microsoft Excel adalah program perangkat lunak untuk melakukan analisis dan visualisasi data (microsoft.com, 2022). Data yang diolah pada Microsoft Excel biasanya bersifat numerik (angka) yang kemudian bisa juga dituangkan menjadi bagan dan grafik yang menarik untuk mempermudah dalam penyajian data.